

Juego, Videojuego y Creación de Sentido: Una Introducción

GONZALO FRASCA

Ph.D. Investigador y desarrollador de videojuegos. Ha creado juegos para empresas tales como Pixar, Lucasfilm, Disney y Cartoon Network. Obtuvo su doctorado en el Center for Computer Games Research de la Universidad IT de Copenhague.
frasca@powerfulrobot.com

A diferencia de otros productos culturales, el juego se interpreta en dos planos diferentes. Uno es el de la –llamemosla “tradicional”– interpretación semiótica, la cual lo emparenta con disciplinas como la lectura, el cine, la música o la escultura. Por ejemplo, cuando un niño juega con soldaditos –de plástico, espero, pues el plomo es tóxico– tanto el jugador como los observadores interpretan el evento de acuerdo a las características de los elementos de juego (formas, colores, diseños, etc.).

El otro plano de interpretación es el que Espen Aarseth llama “ergódico” (1997) y tiene que ver con la manipulación física de los objetos involucrados. Por ejemplo, las características físicas de los soldaditos hacen que pueden estar parados o caídos. Si lanzo una pelota contra ellos seguramente los desparrame (estas son reglas físicas pero se incorporan dentro del juego). Otras convenciones indican que, según el resultado que obtenga al lanzar un dado, tantas casillas avanzará mi ficha en el tablero. En el fútbol, la pelota puede moverse dentro del espacio de juego pero algunos lugares son más importantes (los arcos, por ejemplo, o la posición de las manos de los jugadores).

Es fácil mezclar ambos planos, particularmente porque el segundo no ha sido tenido en cuenta tradicionalmente, en parte porque el juego como disciplina ha sido un paria en el mundo de la teoría y la academia. Es verdad, hay excepciones y muy buenas, pero en general, hasta finales del siglo XX poca atención se le prestó al juego salvo dentro de disciplinas muy particulares (sicología, antropología, sociología) y sin una visión integradora. Por suerte, el siglo XXI se inaugura con



una visión más amplia e interdisciplinaria de esta actividad, dando espacio a los *game studies* o ludología.

La irrupción económica del videojuego es sin dudas la que ha precipitado el interés formal por este aspecto clave de la humanidad (que también compartimos con varias especies animales). El videojuego se perfila como la industria cultural dominante en este nuevo siglo y las universidades, que habían apostado fuertemente por la cultura online hasta que la burbuja punto com explotó, rápidamente se lanzan a conquistar este terreno poco conocido, con la esperanza de poder utilizarlo para modernizar un poco a las pobres Humanidades y, quizás, hasta tocar algunas de las monedas que esta poderosa industria genera.

La riqueza cultural del juego y otros géneros ergódicos se debe a que, como lo define Aarseth, se comportan como “fábricas de signos” (1997). A diferencia de los signos “tradicionales” que tienen varias interpretaciones posibles, los signos en el juego además tienen múltiples manipulaciones posibles. Es decir, cualquier estado particular de un juego es de por sí polisémico y abierto a la interpretación. Pero ese estado puede además ser modificado por los jugadores, de acuerdo a reglas preestablecidas. Y es necesario insistir que esta manipulación es claramente física y no metafórica: la obra se modifica formalmente al ser manipulada (y por ende, también su significado).

Estas ideas, cuando son aplicadas a los juegos y los videojuegos, cobran un sentido particularmente poderoso. Hay que tener en cuenta que Aarseth comenzó su obra *Cybertext* desde la teoría literaria, aplicada a las nacientes obras de literatura hipertextual de los años noventa. Para bien o para mal, la literatura hipertextual –y las poco felizmente llamadas “narrativas interactivas”– han quedado relegadas a objeto de estudio en universidades pero nunca desarrollaron su potencial creativo a nivel masivo. Por otra parte, el videojuego ha cumplido con creces la promesa de dicha literatura vanguardista, llevando a las masas experiencias en las cuales el jugador colabora directamente con el diseñador, manipulando y ordenando mundos ficticios.

El terreno del videojuego no es quizás el ideal para comenzar a reflexionar sobre estos temas. La razón principal es que el videojuego y su naturaleza claramente audiovisual suelen distraer su análisis hacia rumbos más emparentados con el cine (del cual claramente se nutre pero con el cual tiene diferencias tan radicales como las que hay entre la música y la pintura). Por eso siempre es recomendable para todos aquellos que se aventuren en el terreno de la ludología –en su sentido original como disciplina dedicada al estudio de los juegos, videojuegos y juguetes– comenzar por ejemplos no virtuales. Los juegos de mesa, por ejemplo, permiten muchas veces entender mejor la relación entre las reglas y los signos materiales que cuando intentamos hacerlo con un frenético juego en línea. Por su parte el juguete, cuando está bien diseñado, suele también condensar de manera simple y efectiva la relación entre mecánica y sentido. Por eso no me canso de recomendar

a los investigadores de videojuegos que no dejen de lado ejemplos no electrónicos. Al fin y al cabo, el videojuego es simplemente una continuación del juego tradicional y hay que situar sus cuatro décadas de existencia dentro de los milenios de tradición lúdica.

La intención de este artículo es simplemente servir de introducción al campo de la retórica del juego entendida en su sentido más clásico como la creación de sentido a través del acto de jugar con juegos, juguetes y videojuegos. Analizaremos las tres principales dimensiones necesarias para entender mejor cómo los juegos comunican ideas y valores tanto a los jugadores como a los observadores. Estas tres dimensiones son el *playworld*, la mecánica y la *playformance*. Estos conceptos han sido desarrollados con más detalle en mi tesis de doctorado, inédita en castellano (Frasca, 2007).

Playworld: el espacio del juego

Comienzo aclarando que opté por mantener en inglés dos de las tres categorías por un tema de simplicidad. En ambas está presente el prefijo *play*, que refiere en inglés al juego en su sentido más amplio, incluyendo a los juegos a los que no se les asigna un status social (ganar, perder, pero también ganancia o pérdidas incrementales).

El *playworld* es el mundo del juego, en un sentido principalmente físico y material. Está compuesto por el tablero, las fichas, la pelota, el estadio, el dibujo de una rayuela, el cuerpo del jugador y también por las palabras, imágenes, textos y sonidos que componen la experiencia. Los elementos del *playworld* incluyen tanto objetos como el espacio donde se manipulan.

A nivel retórico, el *playworld* es el más fácil de comprender pues en él podemos aplicar directamente las herramientas semióticas “tradicionales”. Pongamos un ejemplo.

A pocas cuadras del aburrido Museo Dalí en Figueras se encuentra el excelente Museo del Juguete en el que existen, entre otras maravillas, dos juegos de laberinto creados durante la Guerra Civil Española.

Ambos están fechados en 1939 y corresponden a los bandos opuestos. El primero, Republicano, se llama *El Plan de los Aliados* y el segundo, franquista, *La Reconquista de España*. Ambos comparten una mecánica de juego idéntica: el jugador deberá guiar una bolita dentro de un laberinto, evitando que caiga dentro de varios agujeros presentes en el recorrido. Se trata de juegos de destreza manual, creados dentro de pequeñas cajas de madera. La superficie del laberinto lleva impresos textos e imágenes relacionadas con el tema.

El primer juego simula el trayecto de las fuerzas aliadas rumbo a Berlín. Cada agujero lleva impresas diferentes inscripciones con nombres de obstáculos y ciudades (“trincheras”, “puente

destruido”, “Hannover”, “Hamburgo”). El desafío consiste en atravesar todo el laberinto y llegar hasta el final (un espacio circular llamado “Berlín”).

El segundo juego combina textos con atractivas ilustraciones a color de armas, aviones y un soldado llevando una bandera española mientras hace el saludo falangista. Cada agujero lleva el nombre de ciudades, junto con las fechas en las que fueron “reconquistadas”. El último agujero corresponde a Madrid y marca el 28-3-39, la fecha de entrada en la ciudad de las tropas franquistas.

Lo interesante de estos juegos es que su contenido político está dado exclusivamente por la impresión de textos e imágenes. La mecánica de ambos es exactamente la misma pero la experiencia no lo es. La prueba es que ser poseedor de uno de estos juegos podía verse en serios problemas si era detenido por sus enemigos.

Algo similar sucede con los videojuegos en un proceso que en inglés se conoce como *re-skin* (cambio de piel). Un *reskin* de un first-person shooter como el *Doom* (2003) cambia completamente si los gráficos de los monstruos originales son intercambiados, por ejemplo, por miembros de algún grupo racial discriminado. En el análisis de los juegos muchas veces domina una visión tecnocrática propia de los programadores y *gamers*, que lleva a pensar que un *reskin* de un juego no cambia al juego en sí. Es verdad, quizás no cambie la experiencia a nivel de *gameplay*, pero si sólo uno de dichos juegos puede provocarle, por ejemplo, prisión o problemas legales a su jugador, entonces difícilmente podemos decir que se trata del mismo juego.

La dimensión Mecánica: las reglas del juego

En el ejemplo anterior decíamos que ambos juegos comparten una misma mecánica: es decir las reglas que legislan la experiencia del juego. No es nuestra intención describir una tipología extensa de las diferentes reglas, pero es importante saber que aquellas que definen la victoria y/o la derrota son apenas un subgrupo limitado.

Existe un fetichismo hacia las mecánicas del juego, en el sentido de que es común pensar que las reglas son la dimensión principal que hace al juego. Si bien las reglas son extremadamente importantes, el juego como experiencia está condicionado por las tres dimensiones mencionadas en este artículo. Si se hace un reduccionismo y se pone a la mecánica por encima del *playworld* y la *playformance* (*performance* de juego) se puede llegar a pensar que los aspectos audiovisuales y ejecutivos son simplemente decoraciones que poco agregan a la experiencia en sí. Este tipo de pensamiento –fomentado por la lógica de la producción de software así como por los miles de clones de videojuegos existentes– es el que llevó a Sony y Microsoft a perder la presente “guerra de las consolas” contra Nintendo, firma que decidió apostar fuerte a dar a la *playformance* un nivel similar a las otras dos dimensiones.

Existen varias técnicas para utilizar las reglas con el fin de persuadir, explicar o exponer ideas. Una de ellas fue la que utilizamos junto con mi equipo en el juego 12 de Setiembre (*September 12th - A Toy World*) disponible en Newsgaming.com

En dicho juego, el jugador descubre que al intentar bombardear terroristas siempre termina matando civiles (el mal llamado “daño colateral”). El tema es que cada vez que muere un civil, sus familiares y amigos se acercan, lo lloran y se convierten en terroristas. En poco tiempo, a medida que mueren más civiles, el bombardeo sólo produce un aumento en el número de terroristas.

Este juego de contenido político fue desarrollado al iniciar EEUU y sus secuaces la desastrosa guerra de Irak. En este caso, las reglas del juego están pensadas para que el jugador rápidamente infiera que el bombardeo solamente produce más terrorismo. Como el bombardeo es la única herramienta de la que dispone el juego, la conclusión probable es que simplemente no se debe jugar. El juego se transforma en un sistema que, a través de sus reglas de comportamiento, invita –o directamente manipula, según como se mire– al jugador a llegar a determinada conclusión, idéntica al precepto bíblico de “la violencia genera violencia” pero explicado a través de la participación en el juego y no de la literatura.

Varias de las reglas de los juegos se refieren a lo que está permitido hacer durante una partida. Justamente esta es una manera que tienen los diseñadores para dar a las experiencias de juego un perfil ideológico. Por ejemplo, el juego *GTAVIII* o *Grand Theft Auto III* (Rockstar, 2001) causó gran controversia pues permitía a los jugadores asesinar prostitutas. Aclaro antes de seguir mi obvio respeto por la vida humana, aunque agrego que es realmente cansador ver cómo el debate siempre surge alrededor de los juegos y no de géneros más establecidos. Al fin y al cabo, el *GTA* no es tan diferente a una película de Tarantino. De todas formas, prefiero utilizar estos ejemplos extremos pues creo que en ellos se puede ver más claramente las diferencias de tono que dan cada una de las reglas.

Desde un punto de vista retórico, el juego sería bien diferente si tuviera como objetivo asesinar prostitutas. Es decir: mata cien prostitutas y gana. *GTA* no funciona así. Asesinar a las prostitutas es una opción, pero no un requerimiento. En otras palabras, en el *GTA* el jugador no “debe” matarlas, sino que “debería”. Digo “debería” pues matarlas supone un beneficio económico –importante pero no esencial– en el juego. Podemos imaginar una versión diferente, en la cual el jugador simplemente “pueda” matarlas simplemente por sadismo, sin obtener ningún puntaje extra o beneficio dentro del juego.

En *SOCOM: US NAVY SEALS* (Sony, 2002) el jugador “debe” matar terroristas árabes para ganar el juego. La regla es utilizada en su máxima expresión para calificar al enemigo: si no le matas, no avanzas en el juego. En este –y otros juegos– la maldad del enemigo no está dada simplemente por sus actos de crueldad, pero también por el grado de fuerza que tienen las reglas que se refieren a él.

Playformance: el juego es movimiento

Dos elementos deben guiar a todos aquellos que se interesen en el juego: “el juego es social” y “el juego es físico”. Ciertamente, hay excepciones y el juego solitario –término ya de por sí cargado negativamente– se ha desarrollado particularmente bien dentro del videojuego, aunque por razones técnicas e históricas que han ido perdiendo fuerza. Lo mismo sucede con el juego intelectual: es imposible desconocerlo y ciertamente ha ganado más popularidad con la modernidad. Pero los juegos que dominan tanto la infancia como las actividades animales son claramente físicos: gran parte del placer se debe a las acciones –la *playformance*– del cuerpo en juego.

El éxito de Nintendo primero con la DS y luego con la Wii se debe a que prestaron atención a esas dos máximas, las cuales están además claramente relacionadas. Al usar el cuerpo para jugar, la Wii permite transformar al videojuego en un deporte de espectador, algo que ya sucedía con otras actividades como el karaoke o el *DDR /Dance Dance Revolution* (Konami, 1998). Es decir, incluso cuando los cuerpos no juegan en conjunto, el juego adquiere un componente social que difícilmente se logra mediante interfaces tradicionales como el teclado/ratón o el gamepad.

El caso del *DDR* es claro: es posible jugar este juego con un gamepad en vez de utilizar su alfombra cuadrículada. Sin embargo, es difícil argumentar que el juego es el mismo en ambos casos. Es verdad, el *software* es el mismo –y hay una tendencia equivocada a pensar que un juego equivale a su *software*– pero la experiencia del jugador es claramente diferente pues solamente en una de las dos ocasiones está bailando. Bailar no es solamente una consecuencia de la manera de jugar pero también es una manera de interpretar tanto el juego como su música. En otras palabras, la música se interpreta cognitivamente tanto a través del oído como a través del movimiento del cuerpo.

El juego corporal es sin dudas el favorito de la nueva camada de videojuegos. Pero su tradición viene de mucho antes: de los juegos *unplugged* que no requieren de ordenador. El karaoke, por ejemplo, simplemente formaliza una actividad placentera tradicional como es el canto y lo transforma también en un deporte competitivo pues permite medir el desempeño de cada jugador. De todas formas, hay que tener en cuenta que la competencia depende exclusivamente de los jugadores: es común jugar al karaoke simplemente para divertirse.

Existe un error común en la industria que es creer que los interfaces “alternativos” como el mando de Wii agregan “realismo” a la experiencia. Es verdad que al jugar al tenis en la Wii los movimientos del cuerpo son similares o idénticos a los de un jugador de tenis “de verdad”. Sin embargo, toda simulación es una abstracción. La carrera por el “realismo” está perdida de antemano, pues por definición la experiencia es diferente a la del objeto simulado. El tenis en la Wii hace que mueva mi brazo, pero no se juega ni con pelota, ni raqueta, ni en una cancha de

tenis y el esfuerzo y desempeño son realmente diferentes al del tenis tradicional. Es verdad, se acerca a su objeto en que el jugador hace más ejercicio que con un gamepad, pero las diferencias siguen siendo enormes. Al igual que en mundo audiovisual fotorealismo no equivale a realidad, las simulaciones pueden parecerse en algunos aspectos a su sistema fuente pero nunca son equivalentes.

Existe también un problema de orden tecnológico con la *playformance* en videojuegos. Por ejemplo, en el 2008 Nintendo lanzó un accesorio con forma de volante para jugar a su juego de coches de carrera *Mario Kart Wii*. El accesorio se lanzó a un precio casi tres veces superior al actual (10 euros) lo cual generó descontento entre los jugadores pues, en un mundo de alta tecnología, Nintendo se daba el lujo de vender un pedazo de plástico sin ningún tipo de componente electrónico. Es verdad que el volante poco tiene en su material para justificar el alto precio. Sin embargo, la experiencia de juego que provee es completamente diferente desde la *playformance*. Desde niños, estamos acostumbrados a jugar con volantes de juguete y girarlos provoca una relación entre nuestra manos y nuestra percepción radicalmente diferente a la de pulsar la cruceta de un gamepad. Por suerte, el ingenio popular solucionó el problema económico, pegando el mando de Wii a un plato con cinta engomada, logrando una experiencia similar por un precio mucho más accesible).

Para entender la *playformance* hay que entender que las acciones son mecanismos cognitivos (esta es la idea fundamental del sistema háptico desarrollada por el psicólogo J. J. Gibson (1966)). Hacer, tocar y moverse no son simplemente acciones pero también son maneras de entender el mundo, formas que tiene nuestro organismo de adquirir información y entender el mundo. Esto se ve claro en el diseño: es posible juzgar un par de zapatos por su textura, color y forma. Pero el usarlos –es decir caminar en ellos– nos permite conocer su confort, una dimensión imposible de inferir por otros medios.

Jugar a entender el mundo

Estas tres dimensiones seguramente no sean las únicas pero creo que son un buen punto de partida para comenzar a entender mejor cómo construimos sentido al jugar. Diferentes momentos históricos le han dado más importancia a una en detrimento del resto pero las tres son igualmente relevantes. En esta primer década del siglo XXI, estamos siendo testigos de un renacimiento de la *playformance* luego de un claro dominio del *playworld* en el mundo de los videojuegos. Dicho de otra manera, los gráficos antes eran esenciales para vender videojuegos. Hoy son importantes pero, si miramos el increíble éxito de Nintendo, ya no son el único factor decisivo.

El juego nos permite complementar la visión lineal que dan los géneros tradicionales como la narrativa, al permitirnos manejar múltiples variables dinámicas al mismo tiempo. Nos permite entender mejor el funcionamiento de los sistemas a través de la exploración y la experimentación. El juego es la primer estrategia cognitiva del ser humano y como tal, una herramienta increíble para explicar y entender el mundo. Es tiempo que le demos el valor que merece.

Biblio y ludografía

Anónimo (1939). El Plan de los Aliados. Museo del Juguete de Cataluña.

Anónimo (1939). La Reconquista de España. Museo del Juguete de Cataluña.

Aarseth, E. Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997.

Frasca, Gonzalo. Play the message. Play, Game and Videogame Rhetoric. IT University of Copenhagen, 2007.

Gibson, J. J. (1966). The Senses Considered as Perceptual Systems. Westport: Greenwood Press, 1983.

id Software (1993). Doom, id Software.

Konami (2002). Dance Dance Revolution, Konami.

Newsgaming (2003). September 12th. A Toy World. Newsgaming.com

Nintendo (2006). Wii Sports, Nintendo.

Nintendo (2007). Mario Kart Wii, Nintendo.

RockStar North (2001). Grand Theft Auto III. RockStar Games.